

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL KLINIK TANAYA, BANDUNG

Kara Dinissa Alisjahbana

Dody Achmad

Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB

Email: karadinissa@gmail.com

Kata Kunci : identitas visual, logo, klinik, anak

Abstrak

Persaingan merupakan hal yang alami dalam sebuah pasar yang sehat. Bertambahnya pengetahuan masyarakat akan ilmu perkembangan anak melahirkan banyak layanan tumbuh kembang anak. Klinik Tanaya merupakan salah satu pelopor dalam bidang penanganan gangguan tumbuh kembang anak di kota Bandung. Klinik ini kini menghadapi sebuah kompetisi di mana mereka harus tetap jadi yang paling unggul. Pengembangan citra yang lebih baik merupakan salah satu usaha yang dilakukan untuk tujuan tersebut. Guna menunjang citra tersebut Klinik Tanaya membutuhkan identitas visual yang konsisten dengan komitmen usahanya dalam melayani anak-anak. Karena itu muncul sebuah konsep identitas visual ramah anak. Konsep ini menitikberatkan pada identitas yang merespon kebutuhan anak-anak dalam hal stimulasi tumbuh kembang. Hasilnya merupakan identitas yang selain menarik untuk anak-anak tapi juga aman dan memberikan stimulasi positif.

Abstract

Competition is a natural phenomena in a healthy market. As local knowledge on children development grows, child development services also increases in number. Klinik Tanaya is one of the pioneers in the handling of child development disorders in Bandung. This clinic now face a competition where it is crucial that they stay on top. Construction of a better brand image is one of the efforts done in order to achieve that goal. To support that particular brand, Klinik Tanaya needs a visual identity that is true and consistent with their commitment in providing for the children. And so comes up the idea of the child-friendly visual identity. This concept focuses on an identity which responds to the needs of children in the case of development stimulation. The result is an identity that does not only attract the children's interest but also give them a positive stimuli.

1. Pendahuluan

Persaingan antar individu semakin ketat. Tidak ada lagi alasan untuk mengesampingkan proses perkembangan dalam mencetak manusia-manusia yang mandiri dan handal. Perkembangan merupakan semua perubahan yang progresif dan kontinyu dalam diri individu dari mulai lahir sampai mati (Yusuf, 2006 :15). Gangguan sensorik, motorik, maupun perilaku pada masa awal kehidupan ini jika tidak diatasi akan mengakibatkan perkembangan yang tidak optimal di saat dewasa.

Menurut Dr.dr. Eddy Fadlyana ketua UKK Tumbuh Kembang-Pediatri Sosial IDAI tingkat gangguan bicara pada anak di 7 kota besar di Indonesia mencapai angka 8-33% (www.fimelle.com). Padahal kemampuan ini merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan potensi anak di masa depan. Di sinilah peran ahli kesehatan dan psikologis untuk mendidik orang tua dan membantu anak. Evaluasi serta terapi dibutuhkan guna meyakinkan anak tumbuh mandiri, percaya diri dan mampu memecahkan masalah.

Klinik Tanaya memberikan layanan kesehatan anak khususnya dalam menangani tumbuh kembang anak. Klinik ini sudah berdiri selama kurang lebih 14 tahun di Jalan Sulanjana 11A, Bandung. Memberikan layanan yang menyeluruh terhadap gangguan perkembangan anak dengan bantuan ahli-ahli dalam bidang pediatri, psikologi anak, terapi perkembangan, dan gigi anak. Seiring dengan bertambahnya wawasan masyarakat mengenai tumbuh kembang pada masa dini, Klinik Tanaya mulai menghadapi persaingan dari badan kesehatan lain yang menawarkan jasa serupa.

Sebagai salah satu klinik pelopor, Tanaya harus mampu mengungguli pesaing. Salah satunya cara dengan memperbaiki citra klinik yang dapat dicapai dengan perancangan ulang identitas visual. Rancangan identitas ini dimaksudkan untuk menjaga konsistensi identitas visual Tanaya dalam semua aspek usahanya. Tujuannya untuk mengkomunikasikan Tanaya sebagai klinik yang mengerti anak-anak. Kemudian hasilnya akan bermanfaat selain untuk meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan, tapi juga untuk memberikan ciri tersendiri bagi Klinik Tanaya untuk dapat unggul dari kompetitornya.

2. Proses Studi Kreatif

2.1 Perkembangan Anak

Perkembangan anak merujuk pada perubahan biologis, psikologis dan emosional yang terjadi pada manusia sejak lahir hingga akhir masa remaja. Berdasarkan hasil wawancara dengan dr. Dewi Hawani Alisjahbana, SpAK didapatkan bahwa berbeda dari pertumbuhan yang ditandai dengan bertambah besar, bertambah volume dan berat, perkembangan ditandai dengan bertambahnya kemampuan atau keterampilan seorang individu dari sederhana menjadi kompleks. Aspek perkembangan berupa pertumbuhan fisik, motorik, kognitif, sosial-emosi dan berbahasa berkembang dalam tempo waktu yang berbeda-beda namun saling terkait.

Perkembangan anak terbagi atas beberapa periode:

- ♣ *Newborn* (0 – 4 minggu)
- ♣ *Infant* (4 minggu – 1 tahun)
- ♣ *Toddler* (1 – 3 tahun)
- ♣ Prasekolah (4- 6 tahun)
- ♣ Usia Sekolah (6 – 13 tahun)
- ♣ Remaja (13 – 19 tahun)

2.2 Psikologi Anak

a. Perkembangan Kemampuan Membaca

Kemampuan membaca pada bayi diawali dengan identifikasi terhadap gambar- gambar sederhana yang tidak memiliki banyak detail. Ia kemudian mapu mengenali gambar-gambar yang sebelumnya pernah ia jumpai. Perkembangan selanjutnya ia mulai dapat menyebutkan gambar objek, binatang maupun orang yang pernah berinteraksi dengannya. Pada tahun ke-3 bayi dapat mengenali beberapa huruf dalam mainannya maupun buku alfabet. Menginjak usia empat tahun, anak mampu mengenali beberapa huruf kapital dan dapat mengasosiasikannya dengan huruf pertama dari sebuah nama yang ia kenali. Pada umur lima tahun ia mampu mengeja huruf dan senang mendengarkan cerita yang dibacakan padanya sekaligus melihat gambarnya. (Crow, 1955 :52)

b. Perkembangan Mental Anak-Anak

Bayi sampai usia tiga tahun mulai memiliki kebutuhan yang semakin spesifik. Ia mulai suka memilih-milih apa yang disukainya dan apa yang tidak. Melalui perilaku ini ia meminta perhatian dan ingin diakui sebagai seorang individu. Selanjutnya ia juga mulai tertarik dengan lingkungannya. Anak mulai suka mempersonifikasi semua objek yang ditemuinya.

Pada usia prasekolah anak-anak mulai mencari lebih banyak stimulasi. Mereka mulai ingin tahu mengenai hal-hal baru yang berbeda dari apa yang biasa ditemuinya. Anak- anak pun mulai suka berkhayal dan aktif berfantasi. Bermain rumah-rumahan, maupun masak-masakan. Baru pada masa sekolah dasar mereka dapat berpikir dan berargumen. (Crow, 1955 :57)

d. Psikologi Warna Bagi Bayi

Selama proses perkembangannya, bayi sedikit demi sedikit mulai mengenal warna. Dimulai dari warna hitam-putih dan berakhir pada warna hijau. Pada usia 4-5 bulan bayi sudah mengenal lebih banyak warna, dan dapat membedakan satu warna dengan yang lainnya. Warna-warna ini juga dapat memberikan stimulasi yang berbeda-beda kepada bayi. (www.ayahbunda.co.id)

Berikut penjabaran efek warna bagi bayi:

- ♣ Merah
Warna pertama yang dikenal bayi, kurang lebih 6 minggu hingga 2 bulan setelah ia dapat membedakan warna hitam dan putih. Merah dapat merangsang pikiran anak, memberi energi, dan meningkatkan kemampuan atletik anak. Negatifnya warna ini merangsang tindakan agresif. Selain itu dapat menarik perhatian sehingga anak tidak bisa berkonsentrasi.
- ♣ Kuning
Warna paling terang bagi mata bayi. Warna ini dapat meningkatkan konsentrasi, merangsang ingatan dan meningkatkan kecepatan metabolisme. Tetapi penggunaan yang berlebihan akan menyebabkan bayi mudah gelisah, marah dan rewel.
- ♣ Jingga
Merupakan warna hangat yang jika terlalu banyak dilihat anak akan menyebabkan *overstimulation*. Jingga meningkatkan kemampuan intrapersonal bayi, menyebabkan kondisi bayi yang lebih relaks dan mudah beradaptasi.
- ♣ Merah Muda
Warna ini membangkitkan rasa empati dan sifat feminim. Merah muda dapat menciptakan suasana yang tenang namun jika bayi terlalu banyak terpapar dapat menyebabkan bayi gelisah.
- ♣ Biru
Warna yang menenangkan diri. Biru dapat menurunkan tekanan darah dan denyut jantung. Selain itu juga menurunkan tingkat kecemasan dan agresivitas. Dengan rangsangan warna biru bayi akan lebih mudah tenang.
- ♣ Hijau
Warna hijau mewakili alam, warnanya terkesan sejuk dan segar. Hijau memberikan efek pemulihan bagi tubuh. Tubuh menjadi santai dalam proses metabolisme sehingga dapat fokus pada perbaikan sel, menyebabkan peningkatan pada sistem kekebalan tubuh. Hijau dipercaya meningkatkan kemampuan baca anak.

2.3 Identitas Visual

Identitas visual merupakan sebuah ungkapan ekspresi visual yang ditampilkan secara sistematis dan dapat menunjukkan citra usaha. Tidak hanya itu, identitas dapat berupa usaha seseorang, organisasi maupun sebuah bangsa dalam menciptakan citra (image) yang bertujuan untuk membentuk persepsi seseorang terhadap mereka. (Heskett, 2002 :125) Identitas ini memiliki bentuk berupa simplifikasi dari konsep dan ide-ide kompleks yang dimiliki tiap orang atau perusahaan. Tugas sebuah identitas tidak hanya sebagai tanda pengenal instan tapi juga sebagai simbol kepercayaan dari konsumen. Kesuksesan identitas ini kemudian hanya dapat dicapai bila citra yang ditampilkan didukung oleh komitmen terhadap kualitas barang dan jasa.

2.4 Logo

Berdasarkan Oxford Dictionaries, logo adalah sebuah simbol atau desain kecil lainnya yang diadopsi oleh sebuah organisasi untuk mengidentifikasi produk, seragam, maupun kendaraannya. Logo merupakan singkatan dari *logotype*, istilah yang muncul pada tahun 1810-1840 yang diartikan sebagai tulisan nama yang khusus dirancang menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu. Karena itu dahulu *logotype* hanya berisi tulisan saja. Seiring dengan kebutuhan untuk bentuk-bentuk huruf yang berbeda, mulailah *logotype* yang hanya berupa huruf tadi dimodifikasi dengan menambahkan gambar atau bahkan digabung.

Menurut Surianto Rustan dalam bukunya Mendesain Logo (2009), terdapat empat fungsi logo, yaitu:

1. Identitas diri
2. Tanda kepemilikan
3. Tanda jaminan kualitas
4. Mencegah peniruan

Berikut merupakan kriteria utama logo yang dikemukakan oleh Surianto Rustan dalam bukunya Mendesain Logo (2009)

1. Logo harus unik. Logo harus mencerminkan citra entitasnya dan harus berbeda agar dapat dibedakan dengan yang lainnya.
2. Logo harus fleksible dan tahan lama. Logo dapat digunakan seterusnya dan dapat terus bertahan dalam perubahan yang dialami entitasnya.

Ada pula beberapa kriteria umum yang menyangkut bentuk fisik logo yaitu bentuk sebaiknya unik, sederhana dan fleksibel. Warna sebaiknya sederhana dan fleksibel. Ukuran sebaiknya fleksibel. Kriteria ini tidak bersifat kaku dan mungkin berubah di masa depan.

2.5 Warna

Warna membawa emosi dan memiliki arti (Lupton, 2008 : 71). Masing-masingnya berubah makna dalam setiap budaya, dan memiliki konotasi berbeda dalam setiap komunitas sosial. Putih merupakan warna yang membawa makna murni di budaya barat tetapi merupakan warna kematian di budaya timur. Persepsi, konotasi, dan arti warna inilah yang menjadi satu alat bagi desainer untuk berbicara dalam rancangannya, dan sangat penting dalam perancangan identitas.

Warna pada sebuah identitas harus mampu menyampaikan informasi kepada konsumen. Warna menstimulasi asosiasi merek dan mempercepat proses identifikasi produk. Dalam tahap persepsi visual, otak akan membaca warna setelah mengenal bentuk tetapi sebelum ia mengenali konten.

Umumnya warna dipilih berdasarkan suasana hati (*mood*) dari sebuah usaha atau produk. Seperti perusahaan yang banyak berurusan dengan alam atau produk cinta lingkungan seringkali menggunakan banyak warna hijau dan coklat untuk mengesankan alam/alami. Tapi daripada berangkat dari *mood*, lebih penting jika pemilihan warna diawali dari pencarian identitas merek yang terpisah. Dengan kata lain mencari warna yang berbeda (dari kompetitor) dan yang menarik perhatian. Metode ini dapat menjamin keunikan merek di mata konsumen. (Gobe, 2001 : 83-90)

2.6 Tipografi

Bahasa tulis merupakan bentuk fisik dari pemikiran abstrak manusia. Bahasa ini terbentuk dari rangkaian huruf yang membentuk kata kemudian kalimat. Danton Sihombing dalam bukunya Tipografi Dalam Desain Grafis (2001) menyatakan bahwa huruf tidak hanya berguna dalam merangkai kalimat yang dapat membawa pesan secara akurat pada penerima tapi juga memiliki kemampuan untuk membawa citra atau kesan visual kepada pembacanya. Sehingga dapat dikatakan huruf memiliki paduan nilai fungsional dan estetik.

Desain huruf yang membawa pesan merupakan elemen visual penting dari proses pengembangan citra perusahaan yang banyak memanfaatkan konotasi-konotasi emosional yang kuat. Gambar dan simbol seringkali memberikan banyak persepsi berbeda kepada yang melihat tergantung dengan pengalaman dan referensi yang dimiliki masing-masingnya. Dengan bahasa tulis yang baik dan tepat kesalahan persepsi pesan dapat dihindari.

Memilih huruf yang tepat untuk sebuah desain harus mempertimbangkan fungsi, kesesuaian dengan tujuan desain, kenyamanan membaca, serta trend. Kini banyak sekali tampilan-tampilan huruf yang dapat merepresentasikan beribu makna. Seringkali jumlahnya yang begitu banyak begitu membingungkan sehingga sulit sekali memilih jenis huruf yang tepat untuk mewakili sebuah desain. Tidak jarang pemilihannya tidak tepat dan digunakan banyak sekali jenis huruf dalam satu desain yang dapat mengaburkan karakteristik dan kesatuan satu rancangan. Dianjurkan dalam sebuah

rancangan desain grafis sedapat mungkin meminimalkan jumlah jenis huruf dengan memanfaatkan keluarga huruf yang tersedia. Huruf yang sudah dipilih kemudian diuji lagi kelayakannya.

3. Hasil Studi dan Pembahasan

3.1 Konsep Umum

a. *Segmenting*

Usia : 26-45 tahun

Pendidikan : Perguruan tinggi

Ekonomi : menengah ke atas

Status : menikah (orang tua)

Psikografis : Sibuk bekerja

Memastikan masa depan anak “Anakku harus sesukses diriku atau menggapai cita-cita lebih tinggi”

Orang tua yang sukses dalam karir dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap anaknya kelak.

b. *Targeting*

Primer: Orang tua yang kesulitan dengan gangguan perkembangan atau perilaku anaknya.

Sekunder: Orang tua dengan anak usia di bawah 20 tahun.

c. *Positioning*

Klinik Tanaya memiliki posisi sebagai klinik yang paling menegerti anak-anak. Sifat kliniknya yang berdiri independen dari rumah sakit menawarkan pelayanan yang ramah anak, fleksibel dan *personal*.

3.2 Konsep Verbal

Rumah sakit dan klinik sering kali diasosiasikan dengan rasa sakit. Persepsi tersebut muncul karena pengalaman seperti disuntik, dan dicabut gigi. Tergantung dari apa yang terjadi, pengalaman buruk saat pemeriksaan medis dapat menyebabkan trauma. Hasilnya anak segan untuk diajak ke berobat atau konsultasi medis.

Tanaya mengubah persepsi tersebut dengan komitmen untuk memberikan layanan terbaik di dalam klinik sesuai kebutuhan anak-anak. Komitmen ini menjadi konsep verbal identitas visual Tanaya yang berbunyi 'ramah anak'. Seluruh aspek identitas dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan anak-anak. Melalui konsep ini Tanaya memberikan sebuah lingkungan klinik yang menyenangkan dan menstimulasi, sehingga mereka tidak perlu cemas atau takut, dan sebaliknya, senang untuk kembali. Berikut merupakan *mood board* yang dirangkum berdasarkan konsep verbal 'ramah anak' untuk menjadi acuan referensi perancangan identitas visual Tanaya.



Gambar 1. Mood board rancangan

3.3 Konsep Visual

a. Logo

Logo Klinik Tanaya menggambarkan proses tumbuh kembang anak mejadi individu yang cemerlang. Sesuai dengan misi Tanaya dalam mengembangkan potensi individu. Memiliki bentuk dasar melengkung dan terdiri dari 3 anatomi logo. *Icon/picture mark* berupa bintang dengan ekspresi tresenyum yang sedang meloncat-loncat seolah naik ke tempat yang lebih tinggi. Bintang dipilih untuk mewakili anak-anak gembira dan penuh potensi. *Icon* bintang dirancang dengan ekspresi karena ekspresi muka adalah salah satu bentuk komunikasi awal bayi.

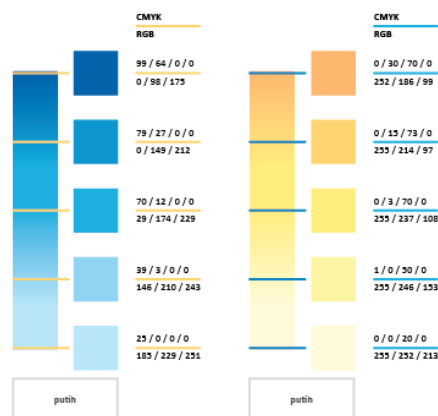
Berikutnya adalah letter mark bertuliskan Tanaya, Klinik Tumbuh Kembang. *Leter mark* Tanaya merupakan modifikasi *typeface* Short Stack. *Typeface* ini dipilih karena bentuknya yang bercirikan anak yaitu melengkung dan tumpul. Kemudian dilanjutkan dengan *letter mark* bertuliskan “Klinik Tumbuh Kembang.”



Gambar 2. Rancangan logo Klinik Tanaya

b. Warna

Ditetapkan warna dominan biru dan kuning. Keduanya merupakan warna cerah yang jika dikombinasikan memberi kesan sejuk. Biru memiliki arti damai, bersih, dan kepercayaan. Warna ini memiliki asosiasi dengan kesehatan dan memberikan rasa tenang bagi anak. Sedangkan kuning dan jingga memiliki arti rasa gembira, optimis dan cerdas. Jika digunakan secara berlebihan kuning dan jingga akan berkesan terlalu mencolok dan panas. Namun jika digunakan secukupnya maka warna ini hadir sebagai sandingan biru yang dingin untuk menyeimbangi dengan rasa hangat. Warna-warna cerah ini juga memiliki fungsi stimulasi mata bagi bayi berumur 4 minggu. Kombinasi ini menarik perhatian namun tetap nyaman dilihat mata.



Gambar 3. Palet warna identitas Klinik Tanaya

c. Elemen Visual & Ilustrasi

Elemen visual yang hadir dalam rancangan identitas Tanaya memiliki ciri lengkung. Ciri ini hadir di dalam logo, tipografi, serta kemudian ilustrasi dan *border* yang digunakan. Bentuk lengkung identik dengan sifat fleksibel, dan bermain. Lengkung merupakan bentuk yang tumpul. Sesuatu yang tumpul diasosiasikan sebagai benda yang aman, terutama dalam hal bentuk mainan anak. Dengan rancangan identitas menggunakan bentuk lengkung ini Tanaya menekspresikan sifat citranya yang bermain dan aman untuk anak-anak.

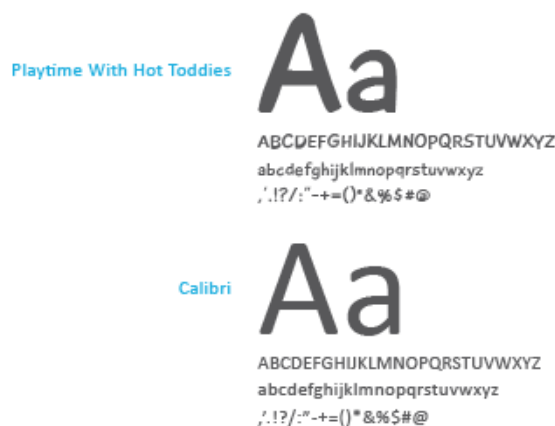
Perkembangan kemampuan membaca diawali dengan identifikasi terhadap gambar-gambar sederhana yang tidak memiliki banyak detail. Ilustrasi yang diaplikasikan berupa gambar-gambar sederhana yang berhubungan dengan perkembangan dan anak. Ilustrasi hadir dengan outline sederhana dari sudut pandang yang mudah dimengerti anak.



Gambar 4. Elemen visual dan ilustrasi identitas Klinik Tanaya

d. Tipografi

Pemilihan tipografi didasarkan dari sifat anak-anak yang ceria dan bebas. Sehingga huruf yang digunakan cenderung berciri tebal dan menghindari bentukan siku yang tajam. *Typeface* Playtime With Hot Toddlers digunakan dalam penulisan *heading* dari semua formulir dan publikasi yang dimiliki Tanaya. Sedangkan untuk menunjukkan profesionalitas melalui bentuk yang bersih dan sederhana, digunakan *typeface* Calibri sebagai *body text*. Semua tipografi disusun dalam layout yang formal yang sederhana. Keputusan rancangan ini dilakukan untuk memberikan citra ceria anak-anak dalam konteks yang masih profesional.



Gambar 5. Tipografi dalam identitas Klinik Tanaya

3.4 Aplikasi Media

a. Stationery

Kelengkapan kantor dirancang sesuai dengan konsep grafis untuk menyelaraskan identitas yang dimiliki Klinik Tanaya sehingga tidak lagi ada kebingungan internal terhadap kop surat maupun font yang digunakan.



Gambar 6. Aplikasi identitas pada stationery

c. Kartu pasien & Kartu Pelayanan

Beberapa proses administrasi Tanaya masih menggunakan cara manual dengan tulis tangan. Berikut merupakan rancangan kartu pasien & kartu pelayanan yang disesuaikan dengan identitas Tanaya. Segala berkas yang dimiliki pasien disimpan dalam *folder* khusus per pasien.



Gambar 7. Aplikasi identitas pada kelengkapan administrasi klinik

d. Seragam Karyawan

Seragam untuk dokter menggunakan jas putih disertai dengan pin nama yang ditentukan. Seragam pegawai administrasi berwarna kuning krem dan bercorak tartan. Seragam terapis bermodel baju polo akan memudahkan terapis melakukan kesehariannya dengan anak-anak. Terapis tidak menggunakan pin nama karena risikonya melukai anak di ruang terapi.



Gambar 8. Seragam karyawan Klinik Tanaya

f. Selipat

Selipat ini berisi informasi mengenai alur pelayanan serta konsep yang diusung Klinik Tanaya, pelayanan apa yang mereka berikan dan informasi-informasi dasar seperti alamat, kontak dan jam operasional. Selipat akan sangat berguna saat Tanaya hadir dalam sebuah pemearan.



Gambar 9. Rancangan selipat Klinik Tanaya

h. Gimmick

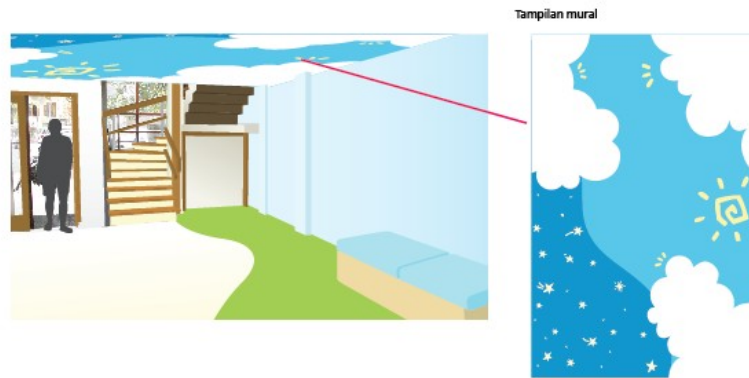
Gimmick Tanaya berupa plester dan pensil. Desain plester berwarna cerah akan menghibur anak setelah disuntik. Pensil digunakan pada saat tes psikologi yang mengharuskan anak menulis dan menggambar.



Gambar 10. Gimmick Klinik Tanaya

i. Grafis ruang tunggu

Langit-langit ruang tunggu diberikan mural langit, lengkap dengan awan, dan perubahan waktu siang dan malam. Mural ini bertujuan untuk memberikan anak rasa ingin bermain dan berinteraksi dengan ruangan. Selanjutnya di ruang tunggu ini anak harus dapat bebas bermain dan bersosialisasi dengan anak-anak lain.



Gambar 11. Mural di langit-langit ruang tunggu

4. Penutup / Kesimpulan

Hal terpenting dalam sebuah klinik tumbuh kembang anak maupun semua jasa yang memfokuskan pelayanannya pada anak-anak adalah kemampuannya memberikan lingkungan yang nyaman bagi anak-anak. Lingkungan ini yang kemudian dapat meyakinkan orang tua untuk menggunakan jasa yang paling tepat untuk anaknya. Komitmen Klinik Tanaya dalam melayani anak-anak melahirkan sebuah konsep identitas yang ramah anak. Keramahan ini ditunjukkan tidak saja dengan sikap dalam melayani tapi keseluruhan tampilan visual yang ditemui di dalam dan luar klinik.

Tampilan identitas yang ramah anak dapat dicapai dengan memperhatikan kebutuhan anak secara visual. Selain itu ditambahkan pula dengan pertimbangan dari ilmu perkembangan dan psikologi anak. Hasilnya adalah tampilan identitas yang dapat memberikan pengaruh positif dan menstimulasi perkembangan anak-anak.

Identitas visual bercirikan anak-anak membutuhkan banyak ilustrasi bercerita yang belum maksimal dieksplorasi pada proses ini. Untuk lebih lanjut mengembangkan citra klinik tumbuh kembang anak dibutuhkan bantuan ilustrator untuk mengembangkan ciri ilustrasi yang tepat dan desainer interior yang dapat mengubah ruang tunggu menjadi ruangan yang yang dapat berinteraksi dengan anak.

Ucapan Terima Kasih

Artikel ini didasarkan kepada catatan proses perancangan dalam Tugas Akhir Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual FSRD ITB. Proses pelaksanaan Tugas Akhir ini disupervisi oleh pembimbing Dody Achmad.

Daftar Pustaka

- CROW, Lester. D, Alice Crow. 1953. *Child Psychology*. New York: Barnes & Noble
- GOBE, Mark. 2001. *Emotional Branding*. New York: ALLWORTH Press
- HESKETT, John. 2002. *Toothpicks and Logos : Design in Everyday Life*. Oxford: Oxford University Press
- KRAUSE, Jim. 2007. *Color Index 2*. Ontario: F+W Publications

- LUPTON, Ellen, Jennifer Cole Phillips. 2008. *Graphic Design The New Basics*. New York: Princeton Architectural Press
- RUSTAN, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- SIHOMBING, Danton. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- STOPPARD, Miriam. 1991. *Test Your Child*. London: Dorling Kindersley Limited
- YUSUF, Syamsu. 2006. *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya